

## Panorama

[Politik](#)
[Panorama](#)
[Kultur](#)
[Wirtschaft](#)
[Sport](#)
[München](#)
[Bayern](#)
[Digital](#)
[Auto](#)
[Reise](#)
[Video](#)
[mehr](#)
[Suche](#)

[Home](#)
[Panorama](#)
[Alkoholwerbung - Gefährlicher Mix](#)

[Partnersuche](#)

Alkoholwerbung

11.06.2007, 19:31

# Gefährlicher Mix

Von Titus Amu

**Trinken, um cool und erfolgreich zu sein - Werbung für Alkohol spricht neuerdings gezielt Jugendliche an.**

ANZEIGE



Twittern 0

Empfehlen 9

Senden

0

Das Gesöff macht einen angeblich "cool", "einzigartig" und "besonders". Glaubt man dem Werbespot für das farbenfrohe Mixgetränk, das aus Bier, Cola und Fruchtzusätzen besteht, geht das Flirten wie von alleine, wenn man ein, zwei Flaschen davon intus hat.



Bilder

empfehlen

[zahl't Schulden zurück](#)  
[Deutschland an der Griechenland-Hilfe verdient](#)

[zur Startseite](#)



umwirbt

Biermixgetränke sind das am schnellsten wachsende Marktsegment der Alkoholindustrie. Die Flaschen sind bunt, das Zeug ist süß, den Alkohol schmeckt man kaum. Bei Frauen und Jugendlichen sind die süßigen Mischungen aus Bier und Cola, Lemon oder Energydrinks folglich besonders beliebt.

Deshalb konzentrieren sich die Brauereien in der Werbung auf junge Konsumenten: "Ganz wichtig ist dabei

die richtige Zielgruppenansprache," sagt Hans-Jürgen Grabias, Marketing-Geschäftsführer der Krombacher Brauerei, die das Biermixgetränk "Cabs" herstellt. Krombacher hat im Umfeld der gerade beendeten Staffel von "Deutschland sucht den Superstar" bei RTL massiv Werbespots geschaltet.

Die Castingshow ist bei weiblichen und jungen Zuschauern sehr beliebt. Zufall? Alkoholwerbung zielt derzeit vor allem auf Frauen und Jugendliche, da es bei diesen eher noch Potential zur Steigerung des Verbrauchs gebe als bei Männern, sagt Karl Mann, Sprecher des Wissenschaftlichen Kuratoriums der Deutschen Hauptstelle für Suchtgefahren (DHS).

Die Bundesarbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz fordert die Alkoholindustrie auf, nicht gezielt "das Lebensgefühl Jugendlicher" anzusprechen. Und die EU arbeitet an einem Konzept, das Werbung für Alkohol generell einschränken soll.

Eine Umfrage der EU-Kommission gibt den Befürwortern eines Alkoholverbots für Jugendliche jedenfalls Rückhalt. 77 Prozent der Befragten halten Warnhinweise für Schwangere und Autofahrer auf den Flaschen für richtig, 50 Prozent würden einem EU-weiten Verbot von Werbung, die auf Jugendliche zielt, zustimmen.

#### Besteht ein Zusammenhang zwischen Werbung und Alkoholmissbrauch?

"Kann man durch Werbezensur den Missbrauch von Alkohol stoppen?" fragt Volker Nickel, Sprecher des Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft (ZAW). Es bestehe weder ein Zusammenhang von Werbung und Gesamtkonsum noch von Werbung und dem Missbrauch alkoholhaltiger Getränke, behauptet Nickel.

In Deutschland sind die Werbeausgaben für alkoholhaltige Getränke seit der Wiedervereinigung Deutschlands von 358 Millionen Euro auf 565 Millionen Euro im Jahr 2005 gestiegen, 2006 gingen die Werbeinvestitionen auf 511 Millionen Euro zurück. Fast drei Viertel des Geldes entfällt auf Bierwerbung.

Verführt der Ex-Alkoholiker Joe Cocker einen wirklich zum Saufen, weil er zu den Bildern eines Segelschiffs "Sail away" singt? Kippen wir tatsächlich mehr Kräuterschnaps in uns, weil wir die humorvollen Hirsche aus der Werbung so witzig finden? "Es gibt gute Belege dafür, dass die Werbung tatsächlich den Konsum hochfährt", sagt DHS-Sprecher Mann.

"Ob jemand eine Flasche mit einem alkoholhaltigen Getränk an einem Abend leert oder über viele Wochen verteilt, liegt nicht an den Werbebildern", kontert ZAW-Sprecher Nickel. Entscheidend seien die Persönlichkeit des Einzelnen sowie das gesellschaftliche Umfeld.

Das Umfeld der Jugendlichen baut die Alkoholindustrie subtil in die Werbung ein. Während Bierwerbung für Männer in Fußballstadien, Pilsbars oder in der Natur spielt, sind die Spots für Alcopops und Biermixgetränke in Discos, Wohnzimmern und Cafés angesiedelt.

In der Fernsehwerbung für alkoholische Mischgetränke wird ein attraktiver Mix aus Alkoholgenuss, Lifestyle, Sex und Spaß angerührt - mit jungen Darstellern und Partyszenen, die jeder Jugendliche kennt.

Die Strategie scheint zu funktionieren. Innerhalb von fünf Jahren hat sich der Absatz von Alcopops in der Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen versechsfacht. In der Gruppe der 14- bis 17-Jährigen gaben bei einer Umfrage der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung 48 Prozent an, mindestens einmal im Monat Mixgetränke zu konsumieren.

Anmerkung: Die Bacardi GmbH legt Wert auf die Feststellung, dass es sich bei dem abgebildeten Produkt nicht um ein Mischgetränk, sondern um eine Spirituose handelt, also um ein Produkt, das nur an über 18-Jährige verkauft wird.

[Twittern](#) 0

[Empfehlen](#) [Senden](#) 9 Personen empfehlen das.

[Mailen](#) | [Drucken](#)

(SZ vom 11.6.2007)

#### Das könnte Sie auch interessieren



Hitzequelle in Europa

### Mögen die Wasserspiele beginnen

Was tun, wenn die Sonne brennt und der Schweiß in Sturzbächen den Körper hinabrinnt? Ab ins Wasser - wo auch immer sich welches finden lässt! Wenn...

Bad Reichenhall - Durchatmen im AlpenKlima

#### Leser diskutieren

- 1 US-Wahlkampf **Republikaner** schockiert mit Aussagen über Vergewaltigung
- 2 Grüne rangeln um Spitzenkandidaten **Die letzte Schlacht der grünen Dinos**
- 3 Spritpreise auf Rekordhoch **Benzin so teuer wie nie**

Newsticker: Panorama



Atem-Experten empfehlen: Genießen Sie original AlpenSole & mildes AlpenKlima im Bayerischen Staatsbad Bad Reichenhall. ANZEIGE



Stuss mit lustig

## Autofahrer weicht Elch aus - und prallt gegen Braunbär

Vergebliches Manöver: Ein Autofahrer will auf einer Straße in Norwegen einem Elch ausweichen - und stößt mit einem Braunbären zusammen. In...



Miss World 2012

## Wer ist die Schönste der Welt?

116 junge Frauen sind im Norden Chinas angetreten. Sie alle wollten sich den Titel "Miss World" sichern. Für die deutsche Kandidatin ist der...

[hier werben](#)

powered by plista

### WEITERE ARTIKEL

Glücksspiel – **Jeder zweite zockt** 10.07.2008

Drogen- und Suchtbericht – **Alkoholexzesse bei Jugendlichen nehmen zu** 05.05.2008

Alcopops – **Teuer macht nüchtern** 24.11.2003

Politik kompakt – **Lafontaine verteidigt Schäuble** 14.05.2010

Finanzen kompakt – **Die Inflation macht Siesta** 11.05.2010

Alkohol in Deutschland – **Komasaufen nimmt zu** 07.04.2010

Wirtschaft kompakt – **BMW hofft auf die 5er-Reihe** 17.03.2010

Wirtschaft kompakt – **Krisenbranchen in der Kritik** 16.03.2010

Wirtschaft kompakt – **Geldregen für die Chefs** 12.03.2010

FDP und Hartz-IV-Missbrauch – **Die Zweifel des Guido W.** 05.03.2010

### THEMEN

## Leserkommentare (13)

stopandgo

"Es bestehe weder ein Zusammenhang von Werbung und Gesamtkonsum noch von Werbung und dem Missbrauch alkoholhaltiger Getränke, behauptet Nickel."

Was wollen die Unternehmen denn sonst mit Werbung erreichen, wenn nicht den Verbrauch und somit den Gesamtkonsum zu steigern?????



petzen!

12.10.2007 um 10:12 Uhr

### kolb der erste überlasst die Schulhöfe nicht den Dealern sondern der Aufklärung

Wenn ich an meine Alkoholexzesse zwischen dem 16. und 23. Lebensjahr zurück denke (ab 1969), dann kann ich mich an eine bewusste Verführung durch Reklame nicht erinnern. Bier galt in Bayern schon immer als Lebensmittel und wird auch heute noch völlig verharmlost. Als Jugendlicher hatten wir im Umfeld Achtung erfahren, wenn wir Drogen konsumierten. Das war der richtige jugendliche Mann und die Mädels waren ganz wild auf Jugendliche, die sich benahmen wie Mick Jagger oder Jimmy Hendrix. Einige wilde Exemplare aus der Rockszene waren unsere Idole.

Im Laufe der Jahre veränderte sich die Einstellung von Alkoholiker, dass kann mir doch nicht passieren trinke doch nur Bier und wir kamen aus der Regelmäßigkeit, Alkohol trinken zu müssen, einfach nicht raus. Der Ausstieg aus dem Tabakkonsum war schon nicht ganz einfach, aber der Ausstieg von dieser Alkohol - Droge war wirklich schwer.

Heute habe ich moralische Bedenken, dass Leute Ihren Lebensunterhalt mit dem Verkauf oder Herstellung von legalen Drogen bestreiten. Besonders negativ wirkt es sich doch aus, dass der Staat an der Sucht und dem Leid anderer Leute auch noch verdient. Schon aus dieser Sicht bin ich der Meinung, dass dieses Geld nur den Opfern zukommen sollte.

Wo ist der Unterschied zwischen einem Drogendealer, der auf dem Schulhof gratis Haschisch verschenkt und einer Disco, die gesponsert von der Alkoholindustrie, zum Flatterate Saufen einlädt.

22:47 Polizisten entdecken tote Frau und zwei tote...

21:50 Hitzehoch «Achim» macht Deutschland sch...

21:20 Hintergrund: Todesstrafe auf Bewährung in ...

21:20 Gu Kailai zu Todesstrafe auf Bewährung ver...

21:20 Porträt: Bo Xilai - Der gefallene «Prinzing»

### Schlagzeilen per Email

Kostenlosen Newsletter abonnieren

### SZ unverbindlich testen

Hier kostenlose Leseprobe

ANZEIGE

Hier wie da ist man auf der Suche nach neuen Kunden. Und nur süchtige Kunden sind gute Kunden. Bei mir kann man da nicht mehr landen, da ich nicht von Alkohol sondern von Zellgift spreche.

Aber das jugendliche Fischfleisch ist offen für alles.

Als Reaktion der Gesellschaft und der EU sollte die Reklame untersagt werden und deutliche Warnhinweise auf den Flaschen ihre Platzierung finden. Strafdelikte unter Alkoholeinfluss sollten nicht strafmildernd sondern strafverschärfend (so wird das bei der Bundeswehr seit Jahrzehnten geregelt) wirken. Der Staat sollte die Steuereinnahmen besonders behandeln (es entsteht ja der Eindruck, als sei alles normal) und auf Aufklärung setzen. Aufklärung durch die Veröffentlichung von den Ergebnissen, welche der Alkoholkonsum in der Gesellschaft verursacht. z.B. Alkoholiker, Unfallopfer oder Hinterbliebene, deren Ehemänner/Frauen elendlich an der Sucht krepieren sind, besuchen Schulen und teilen ihre Erfahrungen an Jugendliche mit.



petzen!

13.06.2007 um 11:13 Uhr

Jeeves

oder sich die Zeit zu nehmen seinen Kinder beizubringen was Werbung eigentlich ist

Das mache ich seit mein Sohn Fernsäh guckt und lesen kann:  
Reklame ist Lüge.

Kaufe nix wofür Reklame gemacht wird.

Und: Sage immer "Reklame" (nie "Werbung") - das ärgert die Verantwortlichen, die an ihrem Quatsch Millionen verdienen.  
Der Junge ist heute ein aufgeklärter & pfliffiger 18jähriger.



petzen!

12.06.2007 um 17:13 Uhr

Leider noch  
kein Bild  
hochgeladen

#### Quercusgermanica Werbung weckt Wünsche?

Selbstverständlich, und das ist auch gut so, schließlich ist auch Werbung ein wesentliches Zeichen von Freiheit!

Aber lassen wir doch die Kirche im Dorf:

Werbung wirkt nur dort, wo sie auf einen bereiteten und bereiten Boden fällt.  
Nun gar der Werbung die (Haupt-) Schuld zuzuweisen an

"Alkoholmissbrauch" (unsinniges Wort!) und Alkoholexzessen von Jugendlichen, lenkt eigentlich nur davon ab, dass unsere Gesellschaft im Ganzen ein Alkoholproblem hat.



petzen!

12.06.2007 um 16:14 Uhr

Leider noch  
kein Bild  
hochgeladen

#### sagmalwas

"Es bestehe weder ein Zusammenhang von Werbung und Gesamtkonsum noch von Werbung und dem Missbrauch alkoholhaltiger Getränke, behauptet Nickel." Da frag ich mich doch wieso überhaupt Werbung gemacht wird, wenn es angeblich keinen Zusammenhang zw. Werbung und Gesamtkonsum gibt? Seit wann zahlt irgendeine Industrie Millionen für Werbung wenn die nicht wirkt? Sie machen also demnach wirkungslose Werbung Herr Nickel, nur so - just for fun?

Noch besser als die Alkoholwerbung zu verbieten wäre jedoch den Fernsehkonsum einzuschränken - oder sich die Zeit zu nehmen seinen Kinder beizubringen was Werbung eigentlich ist und wie man sich davon möglichst unabhängig macht. Aber das braucht wohl zuviel Zeit, Interesse, Überlegung, Zuwendung, Gespräche, Geduld...Da ist doch jedes Verbot schneller gemacht.



petzen!

12.06.2007 um 16:08 Uhr

1 2 3

ältere Kommentare

#### Kommentar schreiben

Bitte melden Sie sich an, um diesen Artikel zu kommentieren, bestehende Kommentare zu bewerten und bei neuen Kommentaren per E-Mail benachrichtigt zu werden.

Nachrichten Politik Panorama Kultur Wirtschaft Sport München Bayern Digital Auto Reise Video  
Wissen Geld Leben Stil Karriere Bildung Medien Gesundheit

Datenschutz und nutzungsbasierte Onlinewerbung Mediadata Newsletter AGB Kontakt Impressum

Copyright © Süddeutsche Zeitung Digitale Medien GmbH / Süddeutsche Zeitung GmbH

Artikel der Süddeutschen Zeitung lizenziert durch DIZ München GmbH. Weitere Lizenzierungen exklusiv über [www.diz-muenchen.de](http://www.diz-muenchen.de)